

2006年经济师《工商管理专业知识与实务》考试大纲（初级）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/219/2021\\_2022\\_2006\\_E5\\_B9\\_B4\\_E7\\_BB\\_8F\\_c49\\_219013.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/219/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E7_BB_8F_c49_219013.htm)

一、经营战略管理 考试目的 本章主要对企业经营战略的含义、特征、体系构成、管理过程及一些典型的战略类型进行了论述。通过本章的学习和考试，要求学员在掌握战略的含义、特征、构成及管理过程的基础上，具备一定的战略分析、战略制定和战略实施的基础知识和能力。

考试内容（一）经营战略概述 掌握：经营战略的含义和全局性、长远性、纲领性、竞争性、风险性和观念性等特征；经营战略的五个构成要素，即公司远景、目标和目的、业务、资源和组织的含义及它们之间的相互关系；企业经营战略体系的三个构成部分，即公司层战略、业务层战略和职能战略的含义。熟悉：企业经营资源的构成，即有形资源和无形资源；经营战略体系的三个构成部分之间的关系。了解：企业拥有的资源，尤其是无形资源在经营战略中的地位；为什么说无形资源是企业竞争优势的主要来源。（二）经营战略管理过程 掌握：经营战略管理的含义和特征；战略管理过程的三个阶段，即战略分析、战略制定和战略实施的任务；外部环境分析的主要内容，即宏观环境和行业环境；外部环境分析的目的，企业内部环境的分析内容，企业内部环境分析的核心是企业核心能力的分析；核心能力的基本特征，即充分的顾客价值、难以模仿性和延展性；战略实施过程中要做好的三项工作，即战略方案分解、行动计划编制和组织结构调整；战略控制的含义和控制标准的制定；战略调整的两种思路，即局部调整和整体调整。熟悉：SWOT分析

矩阵中四种组合的不同意义；价值链的含义，价值链中的基本价值活动和辅助活动的内容构成；迈克尔波特的产业竞争结构分析模式中的五种力量，即现有企业之间的竞争、买方讨价还价能力、卖方讨价还价能力、潜在进入者威胁和替代品威胁；对产业竞争结构进行分析的战略意义；战略控制和战略调整的必要性。了解：经营战略管理在企业经营管理的地位，即经营战略管理是企业最高层次的管理；价值链分析在战略管理中的作用；在迈克尔波特的产业竞争结构分析模式中，影响五种作用力的因素主要有哪些。（三）公司总体战略类型及其选择掌握：企业总体战略的三种类型，即稳定型战略、发展型战略和收缩型战略的含义、利弊及基本适用条件；多元化战略的类型，关联多元化与无关联多元化的区别；波士顿矩阵、麦表锡矩阵等总体战略选择方法的含义和特点。熟悉：一体化发展战略的两种具体形式，即前向一体化和后向一体化的含义；收缩型战略的三种形式，即抽资转向战略、调整性战略和放弃战略的含义；利用波士顿矩阵、麦表锡矩阵，选择企业总体战略的方法。了解：一体化发展战略的理论依据，即降价交易费用；企业实施关联性多元化有什么好处。z（四）竞争战略的制定掌握：成本领先战略的内涵和优缺点及实现成本优势的途径：规模经济、低人工成本、优惠原材料来源、实施成本领先战略的条件等；差异化战略的含义和优缺点；实施差异化战略的条件；集中化战略的含义、特点及优缺点。熟悉：企业必须从成本领先战略和差异化战略中选择其一的原因；选择竞争战略时应考试的因素，即居民收入水平、企业自身资源能力状况、行业所处生命周期阶段、竞争对手战略情况等。了解：成本领先与规

模经济、市场占有率之间的关系。（五）国际化经营战略掌握：出口、契约交易、国际战略联盟、电子商务、直接投资等国际市场进入方式的含义和特点；相对于间接出口、直接出口能给企业带来哪些方面的战略好处；国际战略联盟的资源本土化、研发本土化和资本运营本土化等。熟悉：贴牌战略的含义；国际合资和国际合作企业的区别及国际战略联盟内部管理结构的五种类型；实施本土化战略过程中应注意的问题。了解：中国企业实施贴牌战略的意义。

## 二、企业组织结构和组织机构

考试目的 本章主要包括企业组织结构的设计、公司组织机构的运作和跨国公司组织结构设计等方面的内容。通过本章的学习和考试，要求了解、熟悉和掌握企业组织设计和公司组织机构运作所涉及的基本原理和方法，以及跨国公司组织结构等。

考试内容（一）企业组织结构的设计

掌握：企业组织的概念；企业组织结构设计的影响因素；企业环境不确定性的含义和分类；对环境不确定性的组织设计方案；企业经营战略与组织设计对策；管理幅度的概念；管理幅度的影响因素和设计方法；管理层次的概念；管理幅度与管理层次的关系；管理层次的影响因素和设计；组织职权设计和概念；授权的含义；集权和分权的概念；委员会组织的概念。熟悉：企业技术对组织结构的影响；部门技术对组织结构的影响；人员素质对组织结构的影响；企业规模对组织设计的影响；企业生命周期的不同阶段与组织结构特征；管理幅度宽或窄的优缺点；组织职权的分类；合理授权的基本原则；影响集权与分权的因素；委员会组织的优缺点；委员会与个人负责制的比较。了解：企业经营战略的类型；企业级技术类型；部门技术分类；不同管理层次的主要职

能；授权的意义；集权与分权的结合；委员会组织的运用；企业外部环境的基本内容。（二）公司组织机构的运作 掌握：财产权能的分离的概念；原始所有权、法人产权和经营权的概念；公司财产权能分离的含义和内容；公司董事会与经理的关系；公司组织机构决策的特点；组织机构监控的内容；公司治理的概念。熟悉：产权对组织机构基本框架的决定关系；不同产权模式下的组织机构特点：“看守型”董事会、“包办型”董事会和“分工型”董事会的不同特点；公司组织机构决策执行的五种模式；公司的内部治理和外部治理。了解：组织机构监控的方法；公司治理的演化趋势。（三）跨国公司的组织结构设计 掌握：跨国公司的特征；母子公司的含义；母子公司结构的组成和类型；熟悉：母子公司结构的作用；母公司与子公司结构的管理。了解：跨国公司的发展趋势；跨国公司与企业集团的区别；子公司与分公司的区别。

三、市场营销 考试目的 通过本章学习和考试，要求了解、熟悉和掌握市场营销过程、产品决策、促销组合决策、价格决策、物流决策的基本原理与相关技能。考试内容（一）市场营销过程 掌握：分析市场机会的步骤与内容，市场细分的含义及其方法、目标市场概念；目标市场差异化战略，市场定位及其方法，新产品开发战略，营销控制的类型。熟悉：市场细分的条件，评估细分市场应考虑的因素，值得建立差异化的标准，新产品开发过程，市场组合的特点。了解：市场覆盖策略，重新进行市场定位应考虑的因素，营销组织的发展阶段。（二）产品决策 掌握：产品的整体概念，产品概念的层次，产品层次，需求族、产品族、产品种类、产品线、产品类型、产品项目；产品的宽度、长度、深度和黏

度；产品线长度、产品线现代化、产品线特色化、产品华丽削减；促销的含义，促销组合工具，影响促销纵使的因素；广告概念和目标，广告信息选择、媒体决策；人员推销概念与特点；公众与公共关系，直接营销概念。熟悉：产品整体要领中的核心利益、基本产品、期望产品、附加产品、潜在产品概念；依据产品组合四种尺度确定产品战略；促销工具的具体形式；通知性广告、说服性广告、提醒性广告；评价广告效果，包括传播效果和销售效果分析；销售员的任务；销售促进概念和促销工具；企业开展公共关系活动，主要形式与方法。了解：产品线向上扩展、向下扩展、双向扩展；产品线扩展；推拉战略；产品生命周期中的引入阶段、成长阶段、成熟阶段、衰退阶段，对运用促销工具的影响；报纸、电视、直接邮寄、广播、杂志、户外广告等媒体的特征；人员推销的安排和人员推销的步骤；促销的具体工具；直接营销的主要渠道。（三）价格决策掌握：影响企业定价的内部因素和外部因素，定价上的伦理限制因素，价格垄断行为、价格歧视、低价倾销、价格欺诈的含义及判断标准，哄抬价格及其方法，不执行政府定价、政府指导价的行为，不执行法定的价格干预措施、紧急措施的行为，违反明码标价制度的行为，牟取暴利的含义及其判断标准；企业定价方法概念，完全成本定价法、变动成本定价法、盈亏临界点定价法、拉姆塞定价法的基本原则及计价方式，具体估算理解价值的三种方法，市场可销价格、批发价格、出厂价格的计算方法；随行就市定价法、竞争投标定价法；非整数价格与整数价格、习惯价格、声望价格、招徕价格、系列价格、组合价格；需求差别定价。熟悉：变相变动商品牌价的主要形式，

法律法规对牟取暴利的处罚，完全成本定价、变动成本定价法、盈亏临界点定价法、拉姆塞定价法的优缺点：“倒剥皮定价法”的基本原理；贸易对象差别价格、交易数量差别价格、购买时间价格差别。了解：定价上五个层次伦理规范水平或准则要求，法律法规对价格垄断行为的处罚，对违反明码标价制度行为的处罚，消费者的主要价格心理；商业功能差别价格、新老主顾差别价格、购买协作差别价格、联购分销价格、联营分销价格、特约经销或独家经销价格、推广津贴；一次性批量折扣、累计性批量折扣、订单折扣；峰谷价格差别、季节性差别价格、优先价格、付款折扣定价。（四）营销渠道物流决策掌握：物业概念，物业系统，供应链管理概念。熟悉：供应链管理的目标与管理，第一物流、第二物流、第三物流、第四物流。了解：物流活动的主要构成部分，物流价值发现的三个阶段。四、生产与产业管理考试目的 本章概述了生产与业务管理的基本内容的方法。通过本章的学习和考试，要求在了解生产与业务管理历史发展、现阶段生产与业务管理特征、趋势、理念的前提下，掌握生产与业务环节设计、生产与业务计划、生产与业务控制的基本原理、思路、内容和方法，对生产业务活动进行科学分析与管理。考试内容（一）现代生产与业务管理的特征掌握：生产业务管理的特征。了解：生产业务管理的新趋势。（二）生产与业务系统设置掌握：狭义生产能力的概念；影响生产能力的因素：固定资产数量、固定资产的工作时间、固定资产的生产效率；生产能力的计算公式；生产单位空间布置（或设计）方法；不同的生产单位空间布置方法的特点及优缺点比较；订货生产方式与存货生产方式的主要区别：不同生产

类型对生产管理的影响；准时生产方式的目标及基本方法。熟悉：广义生产能力的概念；看板管理中看板的类别、内容及作用；CIMS通常包括的四个系统及其每个系统的功能；MIS的支持系统；成功实施MRPII的前提条件；MRP发展的三个阶段及其主要区别。了解：工业企业生产类型分类；生产服务单位在厂区内布置的原则；多品种生产时生产能力的计算方法；生产类型划分的标准。（三）生产与业务计划掌握：年度生产计划与作业计划的区别与联系；安排进度计划的方式；均衡安排和变动安排方式优缺点比较；期量标准、批量与间隔期、生产提前期和在制品定额的概念；确定批量、提前期、在制品定额的基本方法或思路；对网络计划的阅读与分析；时差及时差的计算；关键线路及关键线路的确定。熟悉：用在制品定额法编制作业计划的具体方法；用提前期法编制作业计划的具体方法；不同生产类型需要确定的期量标准；流水线内部在制品定额；流水线之间在制品定额；不同生产类型生产计划的编制方法；线性规划法在生产管理中的应用；滚动计划的优点；各种网络时间参数的计算方法；时间费用优化的基本思路。了解：工厂生产计划的主要指标；生产间隔期的确定；网络计划中作业时间的确定，时间优化及资源优化的思路。（四）质量与设备故障控制掌握：质量与全面质量管理的概念；ISO9000系列标准的三种模式及其选择时要考虑的因素；直方图的制作及其分析，包括图形形态分析、与公差比较分析、工序能力指数分析；控制图的制作及分析，包括控制图中心线、上下控制线的确定及几种有缺陷的点子分布状态；设备故障分类；设备故障率曲线；故障分析。熟悉：工序能力指数的判断标准；直方图分布

中心和标准偏差的计算公式；工序能力指数的计算公式，包括分布中心与公差中心重合与偏离两种情况；分布中心值与公差中心偏离时绝对偏离量的计算公式；故障排除。了解：直方图的异常形态；质量控制和质量改进的一般方法；故障记录、统计。（五）安全管理与环境保护 掌握：安全管理；职业安全健康管理体系的定义；职业安全健康管理体系的基本思想；OHSAS18001标准中的核心要素；职业安全健康污染法规体系；环境管理的内容计划；环境管理体系标准

（ISO14001）的内容。熟悉：职业安全健康管理体系的基本内容；我国目前执行的职业安全健康管理制度；环境管理体系；环境保护法规制度。了解：环境管理的定义；职业安全健康管理体系的特点。五、技术创新 考试目的 本章包括技术创新与企业核心竞争力、技术创新组织、技术创新风险及其防范、技术创新成果的扩散等方面的内容。通过本章的学习和考试，要求了解、熟悉和掌握技术创新的基本原理和方法。考试内容（一）技术创新与企业核心竞争力 掌握：技术创新的含义；企业核心竞争力的含义及其特征；企业核心竞争力的构成；企业技术创新过程管理。熟悉：技术创新的特征；企业核心竞争力的培育；企业技术创新过程模型。了解：技术创新的作用；技术创新的种类。（二）技术创新的组织 掌握：技术创新的动力；技术创新组织的典型形式。熟悉：技术创新组织的关键角色。了解：技术创新对企业组织结构演进的影响；技术创新组织的选择。（三）技术创新风险及其防范 掌握：技术创新风险的含义；企业技术创新风险防范。熟悉：技术创新风险的预警。了解：技术创新风险的种类；系统风险和环境风险、过程性风险和非过程性风险、不同层



次的技术创新风险、不同阶段的技术创新风险。（四）技术创新成果的扩散 掌握：技术创新成果扩散的含义；技术创新成果扩散的性质；技术创新成果扩散过程及其管理。熟悉：技术创新成果扩散的中介渠道；大从传媒、人际交流网络、中介扩散机构、电子信息网络。了解：技术创新成果扩散的作用。

六、人力资源开发与管理 考试目的 通过本章的学习和考试，旨在考查学员在掌握人力资源开发与管理的概念和原理的基础上，对人力资源规划、职务分析和职务设计、员工流动管理、管理人员选拔、培训和考评、领导者选拔和激励、跨国公司人力资源管理等方面的概念、作用、原则、实施过程、操作方法或途径手掌握程度，以及运用上述知识从事人力资源开发与管理、解决工作中实际总是的基本能力和技能。

考试内容（一）人力资源规划 掌握：人力资源规划中总体规划 and 各项业务计划的内容与关系；人力资源需求预测的概念、影响因素，特别是德尔菲法、一元线性回归分析法、转换比率分析法等预测方法的含义、预测过程和有关计算公式，以及在应用中应注意的问题；人力资源供给预测的要领影响因素、及管理人员连续计划和马尔可夫模型等预测方法的应用。熟悉：人力资源规划及企业总体规划、人力资源业务计划与企业其他经营计划的关系；人力资源规划程序的四个步骤：制定人力资源规划所需要的内容信息和外部信息。了解：制定人力资源规划的目的和意义；外部人力资源供给预测的内容。

（二）职务分析与职务设计 掌握：职务分析的含义和内容；现场观察法、面谈法、调查问卷法、工作日志法等职务分析方法的含义、优缺点及应用范围；职务设计的职务专业化、职务轮换、职务扩大化、职务丰富化和工作团

队等方法的含义、优缺点。熟悉：职务分析过程的四个步骤；运用面谈法进行职务分析时应注意的问题；职务说明书和职务规范的概念及两者之间的关系；职务设计与职务分析的关系。了解：职务分析中必须掌握的任务、职务、职位、职务描述=职务规范等概念或术语的含义。（三）员工流动管理掌握：员工流动管理的含义、原因和两种形式；非自愿员工流动的含义及实施公平原则、建立逐级惩戒制度和采取建设性争议解决法等三种非自愿员工流动管理措施的内容、程序和方法；工作撤出的三种模式及其具体表现方式；个性特征、工作任务、扮演角色、同事关系、报酬和福利等影响员工工作满意度的因素。熟悉：实施员工流动管理的重要性；公平原则的三种表现形式，即结果公平、程序公平和人际公平；减少员工对工作不满的方法。了解：角色分析技术的应用。（四）管理人员的选拔、考评和培训掌握：管理人员选拔标准；管理人员选拔的内部来源和外部来源及共优缺点；评价中心技术的工作及处理“文件篓”、小组讨论、管理竞赛、角色扮演等四种测试练习活动；管理人员考评的目标管理法、评分表法和配对比较法的特点和应用；管理人员培训内容；建立现代企业制度的领导者选聘制度；领导者的三种激励机制，即报酬激励机制、控制权激励机制和声誉激励机制的含义。熟悉：管理人员考评的德、能、勤、绩等方面的内容；管理人员培训方法；领导者在企业发展中的作用和选拔依据；领导者年薪制的设计原则，股票和股票期权的区别。了解：领导者年薪制的结构和实施过程中应注意的问题；控制权激励机制和声誉激励机制的内在机理。（五）跨国公司人力资源管理掌握：民族中心型、多中心型、区域中心型

和全球导向型等国际人力资源管理模式的含义和特点；外派人员选拔依据；跨文化培训的重要性和培训方法；外派人员业绩考评时应注意的问题。熟悉：跨国公司人力资源管理的内容及其在人员配备、员工开发、绩效考评、薪酬管理等方面的特殊性；外派人员报酬管理的方法。了解：外派人员绩效考评的难点。

七、财务管理 考试目的 本章的内容由企业的筹资决策、企业的投资决策和企业的利润分配等内容组成。通过本章的学习和考试，要求了解、熟悉和掌握企业投资决策的基本原理和方法、企业筹资决策所依据的相关指标及其相关指标及其具体运用，以及企业在利润分配方面的基本原理和政策，并且能够将其在财务管理的实务中进行正确的运用。

考试内容

（一）企业筹资决策 掌握：资金成本的概念和计量形式；用资费用和筹资费用的概念；个别资金成本的概念和构成；债券的筹资费用构成；债券成本的计算；普通股成本的计算；加权平均的资金成本的概念和计算；财务杠杆的计算；计量；资本结构的电优资本结构的概念。熟悉：银行借款成本的计算；优先股成本的计算、留存收益成本的计算、确定资本结构的每股盈亏分析法、比较资金成本法和因素分析法；影响资本结构的基本因素。了解：资金的边际成本概念；财务杠杆与财务风险的关系。

（二）企业投资决策 掌握：投资回收期的概念和计算；平均报酬率的概念和计算；净现值法、内部报酬率法和利润指数法的概念、原理和运用。熟悉：非贴现现金流量指标的概念。了解：贴现现金流量指标的概念。

（三）资产管理 掌握：因素分析模式、现金周围模式、存货模式的内容和计算方法；信用政策的组成部分及其内容。熟悉：经济订购批量的计算；存货总成本的计

算。了解：资产管理的内容；综合信用政策制定的步骤。（四）股利政策掌握：股利政策的概念、影响因素；剩余股利政策、定额股利政策、稳定增长的股利政策、变动的股利政策、正常股利加额外股利政策。熟悉：股利政策的分类；股票股利的概念。了解：股票股利的三种形式；股利支付程序。

八、工商行政管理 考试目的 通过本章的考试，检验考生对市场主体登记监督管理的认识和了解，检验考生对市场主体的概念和类型、市场准入制度、市场主体登记制度以及市场主体登记监督管理的了解和掌握程度，检验考生对换市场交易行为的概念和类型、合同监督管理、经纪行为及拍卖行为监督管理、市场竞争行为监督管理、商标与广告监督管理的认识和掌握程度，检验考生对消费者权益保护的的了解和掌握程序等。通过本章的考试，检验考生对工商行政管理知识的了解，以提高维护社会主义市场经济秩序的自觉性。

考试内容

（一）市场主体登记监督管理 掌握：市场主体的概念和特征；不同类型的市场主体的登记制度；市场主体的登记类别和登记事项；市场主体登记监督管理的概念和作用、内容和方法。熟悉：市场准入的概念；市场主体登记的法律效力；市场主体违反登记管理的法规的法律责任。了解：市场主体的类型；市场准入的政策法规；市场准入的程序。

（二）市场交易行为监督管理 掌握：市场行为和市场交易行为的概念；合同的概念和分类；工商行政管理机构对合同的监督管理；企业动产抵押物登记管理；经纪行为的概念和种类；拍卖的概念和方式。不正当竞争行为的主要表现；工商行政管理机关对不正当竞争行为的监督管理；商标的概念、构成要素和类型及注册；注册商标专用权及其保护；广告准则与审查

；消费者权益的概念；消费者权利的内容。熟悉：市场行为监督管理的体系；工商行政管理机关对利用合同进行违法行为的查处、对经纪行为的监督管理、对拍卖行为的监督管理、对违法广告行为的监督管理；消费者权益的国家保护和社会保护；消费者权益争议的解决。了解：政府对市场行为进行监督管理的机构及其职责；市场行为监督管理的法律法规体系；市场规范管理的含义和内容；不正当竞争行为的法律责任；商标使用的监督管理；消费者协会的主要职责；侵害消费者权益的法律责任。（三）市场部分行为监督管理 掌握：部分行为和不正当竞争行为和概念；不正当竞争行为的表现形式；限制竞争行为的表现形式；工商行政管理机关对不正当竞争行为的监督管理；不正当竞争行为的法律责任；限制竞争行为的法律责任。熟悉：市场竞争行为的类型；限制竞争行为与不正当竞争行为的联系和区别；企业优势滥用的表现形式。了解：行政性限制竞争行为的类型。（四）商标与广告监督管理 掌握：商标的概念；商标注册的原则；申请商标注册的条件；注册商标专用权的概念；注册商标专用权的范围；商标侵权行为的类型；商标使用的管理；广告准则与审查；工商行政管理机关对违法广告行为的监督管理。熟悉：商标的构成要素和类型；注册商标专用权的特征；驰名商标的认定机关和管理；对侵犯注册商标专用权行为的查处；虚假广告和其他违法广告行为的法律责任；违法广告行为的含义和表现形式。了解：商标注册的审查；对使用未注册商标的管理；有关广告的专门规则；广告监督管理机关的职责。（五）消费者权益保护 掌握：消费者和消费者权益的概念；消费者权利的内容；消费者权益的国家保护和社会保护的內

容；消费者权益争议及求偿主体；消费者权益争议途径；侵害消费者权益的法律责任。熟悉：消费者概念的内涵；消费者权益的行政保护内容；消费者协会的主要任务和职能。了解：消费者权益的司法保护的内容。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)